

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“MARKETING RELACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DEL RESTAURANT CEVICHERIA CHEFF LIMÓN, DISTRITO DE LOS OLIVOS, AÑO 2013”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

TORRES LÓPEZ, RAÚL ROBERTO

ASESOR:

DR. VÍCTOR DÁVILA ARENAZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING DE SERVICIOS

LIMA – PERÚ

2013

DEDICATORIA;

Este trabajo se lo dedico a mis padres y familiares que estuvieron siempre conmigo durante todo el transcurso de mi vida universitaria, inspirándome a llegar a ser un profesional.

AGRADECIMIENTO;

En estas líneas agradezco a Dios, familiares, profesores y personas que me pudieron orientar y apoyar de la mejor manera para poder concluir con una de mis metas.

PRESENTACIÓN

La presente investigación lleva por título **“Marketing Relacional y su Influencia en la Fidelización de los clientes del Restaurant Cevicheria Cheff Limón, Distrito De Los Olivos, Año 2013”**. Este tiene como objetivo fundamental ver como el Marketing Relacional influye en la fidelización de clientes.

El pensamiento tradicional de muchas empresas antes se centraba en el proceso de venta y consideraban concluido dicho proceso cuando se cobraba. El incremento de la competencia, las nuevas obligaciones legales y las crecientes exigencias de los consumidores requieren de las empresas una sustancial atención a la satisfacción del consumidor y al proceso post-compra y es por esta razón que el estudio del marketing relacional y la fidelización de los clientes que mayor poder adquisitivo posee se vuelve de necesidad en el Restaurant Cevicheria Cheff Limón, Distrito de Los Olivos, Año 2013.

Es entonces que mediante el uso de metodologías, técnicas e instrumentos necesarios se hace un análisis sobre como el marketing uno a uno, permite la fidelización de los clientes del Restaurant Cevicheria Cheff Limón, pues el establecimiento de una comunicación dinámica con el cliente, hace que se establezcan lazos más fuertes con este, convirtiendo al Restaurant Cevicheria Cheff Limón en su primera alternativa cuando almuerza fuera de casa.

También se hace un análisis de la importancia del servicio del personal y su trato amable y como este influye en la fidelización de los clientes del Restaurant Cevicheria Cheff Limón, ya que la buena atención y el servicio de calidad son factores determinantes que influyen en la decisión de los clientes a la hora de almorzar fuera de casa.

Los resultados obtenidos de la presente investigación serán de gran utilidad para la empresa mencionada y además servirá como fuente de información para futuras investigaciones.

ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Presentación.....	iv
Índice.....	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1.1. Realidad Problemática.....	11
1.1.2. Formulación del problema	15
1.1.2.1. Problema General.....	16
1.1.2.2. Problemas Específicos	16
1.1.3. Justificación	16
1.1.4. Antecedentes.....	17
1.1.5. Objetivos.....	22
1.1.5.1. Objetivo General.....	22
1.1.5.2. Objetivos Específicos.....	22
1.2. MARCO REFERENCIAL	23
1.2.1. Marco Teórico	23
1.2.1.1. Antecedentes de las Variables	23
1.2.1.2. Definiciones de las Variables	33
1.2.1.3. Bases Teóricas.....	37
1.2.2. Marco Conceptual	57

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Hipótesis	62
2.1.1. Hipótesis General	62
2.1.2. Hipótesis Específicas	62
2.2. Variables	62
2.2.1. Definición Conceptual	62
2.2.2. Definición Operacional	63
2.3. Metodología.....	65
2.3.1. Tipo de Estudio	65
2.3.2. Diseño.....	65
2.4. Población, Muestra y Muestreo.....	65
2.5. Método de investigación	67
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	67
2.7. Métodos de análisis de datos	67
3. RESULTADOS	76
4. DISCUSIÓN	90
5. CONCLUSIONES	93
6. SUGERENCIAS	95
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97
8. ANEXOS	99

RESUMEN

La presente investigación se ha elaborado para el Restaurant Cevicheria Cheff Limón ubicado en el distrito de Los Olivos en el año 2013, para esto se hará una exposición de la realidad actual de la empresa y el entorno en el que se encuentra, describiendo cuales son los problemas que tiene y cuáles son nuestros objetivos a seguir para encontrar una solución a esos problemas.

Se está utilizando como variable independiente al Marketing Relacional y como variable dependiente a la Fidelización de Clientes. Se plantea como hipótesis general que el Marketing Relacional influye en la fidelización de clientes del Restaurant Cevicheria Cheff Limón en el distrito de Los Olivos en el año 2013.

El análisis de los resultados nos ha permitido confirmar la hipótesis; concluyendo en que el Marketing Relacional influye en la fidelización de los clientes del Restaurant Cevicheria Cheff Limón.

Esta investigación está dividida en ocho capítulos:

- El **Capítulo I**, presenta el Problema de investigación en el cual se expone el Planteamiento del problema, Formulación del problema, Justificación, Antecedentes y por último el Objetivo general y objetivos específicos de dicha investigación.
- El **Capítulo II**, presenta el desarrollo del Marco Metodológico donde apoyaremos nuestra investigación dándole una adecuada base metodológica. También aquí se define la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación.
- El **Capítulo III**, se tabulan los resultados en cuadros estadísticos y gráficas obtenidas de la aplicación de una encuesta y para un mejor entendimiento se da un comentario en cada figura según la respuesta de los encuestados.
- El **Capítulo IV**, se aborda la discusión con el uso de datos estadísticos que permiten justificar los objetivos, las hipótesis y la prueba Chi Cuadrado.
- En **Capítulo V y VI**, se expondrá las conclusiones y sugerencias con el uso de los datos estadísticos obtenidos en este trabajo de investigación.
- Finalmente el **Capítulo VII y VIII**, trata sobre las Referencias Bibliográficas y los anexos empleados en la investigación.

ABSTRACT

This research has been developed for Restaurant Cevicheria chef lemon located in the District of Los Olivos in the year 2013, for this will be an exhibition of the current reality of the company and the environment in which it is located, describing what are the problems and what are our objectives to continue to find a solution to these problems.

Is it being used as relationship Marketing independent variable and dependent variable to the loyalty of customers. Hypothesis as a general relationship Marketing influences the loyalty of clients of the Restaurant Cevicheria chef lemon in Los Olivos district in the year 2013.

El analysis of the results has allowed us to confirm the hypothesis; concluding in that relationship Marketing influences the loyalty of the customers of the Restaurant Cevicheria Cheff Limon.

This research is divided into eight chapters:

- The **chapter I** presents the problem of research which outlines the approach to the problem, formulation of the problem, justification, and finally the general objective and specific objectives of this research.
- The **chapter II** presents the development of the methodological framework where we support our research giving a proper methodological basis. Also here is defined the methodology used for the development of research.
- The **chapter III** are tabulated the results in statistical tables and graphs obtained for a better understanding and application of a survey is given a comment in each figure according to the response from the respondents.
- The **chapter IV** addressed the argument with the use of statistical data that can justify the objectives, hypotheses and test Chi square.
- In **chapter V and VI** will be exposed conclusions and suggestions with the use of the statistical data obtained in this work of research.
- Finally **Chapter VII and VIII** are about references and attachments used in the research.